

鳥取県基幹的情報発信業務プロポーザル選考審査要領

鳥取県基幹的情報発信業務を実施するに当たり、契約の締結先として最もふさわしい者を選定するため、提出のあった企画提案書等の審査を下記のとおり実施する。

記

1 審査会の設置

(1) 審査会の名称

令和8年度鳥取県基幹的情報発信業務プロポーザル選考審査会

(2) 構成人数

審査委員の数は5名以上とし、県職員以外の有識者を2名以上含むものとする。

2 審査の進め方

(1) 提出された企画提案書等について、書類審査、提案者からのプレゼンテーション（審査会）及び提案者との質疑応答等を受けて審査する。

(2) 参加申込者が多数の場合（8者以上）には、以下の日程で二段階選抜を実施する

（8者未満の場合にはプレゼンテーション時の審査のみとする）。

令和8年2月2日(月) 企画提案書等提出期限

令和8年2月3日(火)から令和8年2月5日(木) 書類審査により提案者を選抜

令和8年2月6日(金) 選抜した結果及び提案者へプレゼンテーションの案内を送付

令和8年2月13日(金) プレゼンテーションの実施

3 審査項目

提案内容について、次の項目を審査する。

項目	視点	内容	配点	
(1) 発信手段の 的確性	情報収集力	① 本県の旬の情報を収集できるか（本県情報の入手方法）。	5	70
	話題作りの ポイントを押さえた提案力	② トrendや世の中の動きに便乗・連携した話題、季節感のある話題、著名人と連携した話題を作る効果的な提案か。	15	
	情報発信の ポイントを押さえた提案力	③ 本県の強みや独自性を印象付け、認知度を高め、プレゼンス向上につながる企画内容かどうか。その他、話題性・独創性があり、評価すべき点があるか。	20	
	媒体の選 定・的確な アプローチ	④ 影響力が全国規模に及ぶ媒体を選択しているか（媒体の種類・年間を通じたバランス・露出量）。効果測定の方法は的確か。ターゲットとなる年代や性別・切り口やテーマ・時期	20	

		などを考慮して、対象者へ効果的なアプローチが行えるか。		
	県公式SNSの活用	⑤ 県公式Instagram等を活用して、鳥取県の魅力が広く拡散されるようなS発信ができるか	10	
(2)実施体制	体制	① 複数のテーマにわたってパブリシティ活動を行うための、十分な人員・体制を有しているか（本県のPR業務に対する人役数）。	10	30
	メディアとの関係	② PR業務の実施にあたってメディアとの確実なリレーションを有しているか。	10	
	アドバイザースタッフ	③ 時勢を見極め、適切な情報発信手段をアドバイスできる人材を有しているか。	10	

4 選定方法

(1) 各審査委員が審査項目について、審査票（別紙様式）に基づいて個別に評価採点し、その点数を合計する方法により提案者の得点を算出するとともに、順位点の方法（各審査委員の評価採点により付けられた順位をそのまま点数とし、その点数の合計の値の少ない方から提案者の順位を付ける方法）による採点を行うものとする。ただし、これらの方法による順位の結果が異なる場合は、順位点の方法による順位を優先し、同点の提案者が複数となった場合には、審査委員の合議により順位を決定する。

(2) (1)により最も優れた順位を得た者を最優秀提案者として選定する。

また、最優秀提案者以外の者についても、順位付けを行う。

ただし、これらの方法による順位の結果が異なる場合は、順位点の方法による順位を優先し、同点の提案者が複数となった場合には、審査委員の合議による順位を決定する。